

El 96% de los internautas uruguayos mira con frecuencia videos online

Septiembre 15, 2016 12:20

⌚ TIEMPO DE LECTURA: 3 MINUTOS

-a +A ❤️ ✉️ f 🐦 +

Según estudio realizado por Spotlike y Grupo Radar, el consumo de películas o series online crece a diario entre los uruguayos



"La atención de las personas está migrando de los medios tradicionales a los digitales, con un fuerte foco en el **consumo** de video online. Es una oportunidad para las marcas de alcanzar nuevos puntos de contacto con la audiencia". Esta afirmación se desprende del estudio realizado por **Grupo Radar** y Spotlike, una herramienta de medición de audiencia y analítica de video online en redes sociales.

"El video online es el formato de contenido con mayor crecimiento diario en internet. El 96% de los internautas uruguayos mira video online. No había, hasta ahora, un estudio que describiera el consumo de este tipo de contenido entre los uruguayos", indicó uno de los **emprendedores** encargados de Spotlike, **Bruno Petcho**.

Los resultados del informe presentados este miércoles en la Universidad ORT, demuestran que el consumo de video online va en aumento entre los uruguayos, especialmente a través de YouTube (95%) y Facebook (79%).

El estudio señala que el 29% del tiempo destinado a internet se dedica a mirar videos online. Dicho de otra forma, de las seis horas diarias de uso de Internet, dos son destinadas a ver videos. A menor edad aumenta el porcentaje de horas dedicadas a mirar videos mientras usan internet: 21% para el rango de 51 a 65 años contra 41% para los de 12 a 17 años.

Nuevas pantallas utilizadas

El 69% de los que ven videos online, según este informe, menciona que lo hace en dispositivos portátiles (celular, tablet, notebook, entre otros). Para el 36%, el más utilizado es el celular o la tablet.

"El video online es el formato con mayor crecimiento diario en internet. El 96% de los internautas uruguayos lo mira"

🐦 Twitear

"Todos aquellos que trabajan con marcas deben empezar a pensar en las nuevas pantallas como las principales vías de consumo, y luego adaptar esos contenidos a los soportes tradicionales. La forma de consumir videos cambió. Las personas se entretienen viendo contenidos en tablets y en smartphones; y no lo hacen solo en sus casas, sino también en momentos muertos, en salas de espera y mientras hacen una fila", comentó Petcho.

Por otra parte, el 79% de quienes miran videos online son "multi pantalla", es decir que mientras miran televisión, acostumbran a usar Internet en su celular, notebook o PC.

Los tipos de videos más vistos habitualmente son los de humor (61%), noticias (49%) y tutoriales (39%). Petcho explicó que si bien la gente elige principalmente los contenidos de humor a la hora de buscar entretenimiento online, otros tipos de video como noticias y tutoriales se consumen de forma frecuente.

"Quienes trabajan con marcas deben entender y aprovechar los contenidos que ya entretienen a las personas y aprovecharlo colaborando con los influencers, e integrar la marca en sus contenidos", comentó.

Esta encuesta fue realizada por Grupo Radar con una muestra de 800 usuarios de internet de entre 12 y 65 años de edad, reclutados mediante avisos en redes sociales. Esta muestra se dividió por mitades entre hombres y mujeres y en cuartos según cuatro rangos de edad: 12-17, 18-30, 31-50 y 51-65 años. Cada "celda" se ponderó según la composición del universo de usuarios de redes sociales que surge del estudio "El Perfil del Internauta Uruguayo" realizado por Grupo Radar en 2015.

Conectar influencers con marcas

Spotlike es la herramienta de medición de audiencia y analítica de video online en redes sociales que funciona mediante una plataforma automatizada en la que las marcas, influenciadores, y creadores de contenido se conectan y colaboran para potenciar sus ideas.

La startup fue fundada por Bruno Petcho (25), Nicolás Ovalle (27) y Marcelo Sanguinetti (27); quienes, luego de validar la idea en el Centro de Innovación y Emprendimientos de la Universidad ORT Uruguay (CIE), presentaron su proyecto - patrocinados por la Cámara Uruguaya de Tecnología e Información (CUTI) - al programa Jóvenes Emprendedores de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) y obtuvieron el visto bueno para comenzar a desarrollarlo a partir de marzo de 2016.

Los emprendedores buscan presentar la herramienta en toda América Latina, comenzando con Argentina, y en este momento, se encuentran en la búsqueda de inversores para lograrlo.

Ver más video tecnología Consumo

Notas Relacionadas



INFORMEMARKETING: ¿contenido de valor o publicidad oculta?



PRODUCCIÓN: Un TedxMontevideo en formato de festival de ideas

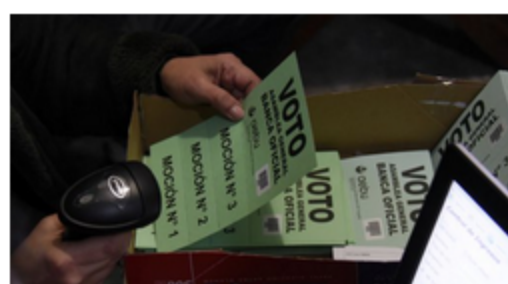


INFORMEINDUSTRIA FARMACÉUTICA: Un polo farmacéutico para poner de moda a Uruguay

Populares de la sección



TRIBUTOS: DGI alista equipo para detectar cuentas bancarias no



NEGOCIACIÓN COLECTIVA: AEBU rectifica postura y acepta extensión horaria voluntaria



ANÁLISIS: El "mini Davos" argentino

Informar un error en la noticia

Las más leídas

- ¿Qué servicios se ven afectados por el paro de este jueves?
- Las curiosidades que dejó el temporal
- 05:00 Aclaración sobre el sueldo del exgerente general de ALUR
- Un pitbull no puede con la culpa y se delata frente a su dueño
- 05:00 DGI alista equipo para detectar cuentas bancarias no declaradas

Blogs

Escultura y urbanismo: el equilibrio de la mano de Lorente

05:00 "El yunque embarcado" es una escultura rica y potente, que enriquece a

por Linnig Cardozo

País de viejos y baja natalidad: una ecuación imposible para jubilarse

Por qué la edad de retiro y los aportes deberán aumentarse inexorablemente

por Miguel Arregui

Parlamento Papers o cuando los partidos eluden impuestos

El caso de la secretaria de Orrico es la punta del iceberg; el asunto toca a todos los partidos

por Gabriel Pereyra

El cuidado del patrimonio: ¿moda o marketing?

Italia es un ejemplo de cómo el trabajo de los privados puede resultar beneficioso para la cultura

por Gabriela Pallares

Tweets por @ObservadorUY

El Observador retwiteó

Referi @Referiuy
El portugués es la segunda persona más seguida en el mundo, solo por detrás de la cantante Tylor Swift referi uy:cristiano-el-h...

Cristiano, el hombre más seguido en la...
Con 238 millones de seguidores, el futb... referi uy

El Observador retwiteó

Cromo @CromoUY
Obduction es un desarrollo de Cyan Worlds y...

Secciones	Social	Servicios	Temas
Portada	Facebook	Carta de Lectores	Fotovoltaica
Economía y Empresas	Twitter	El Tiempo	Listeriosis
Mundo	Instagram	Horóscopo	Hampshire Down
Cromo	Youtube	Fónebras	Movistar
Salud	Spotify	Rss	Christian Mirza
Viajes	Pinterest	Restaurantes	Eduardo Cunha
Seisgrados	Google +	Contacto	Equinos
Publicaciones		Política de Privacidad	Expo Prado
		Términos y condiciones	